Sprzedawca SPÓŁDZIELCZY

Rok II | Warszawa, kwiecień 1938 r. | Nr 4

TREŚĆ

WYDAWNICTWO „SPOŁEM" ZWIĄZKU
SPÓŁDZIELNI SPOŻYWCÓW R.P. w WARSZAWIE

Piękno przy pracy

Cały świat pracujący walczy dziś o to, żeby miejsce pracy było piękne, czyste i przestronne.

Niektóre kraje osiągnęły już pod tym względem bardzo dużo.

Widziałam w Anglii fabryki, — były to właśnie fabryki należące do hurtowni stowarzyszeń spożywców, — gdzie robotnicy myli się i kąpali przed pracą i po pracy, hale maszyn jaśniały światłem wielkich okien, wychodzących na wolny przestwór powietrza i nieba, a wszystko lśniło czystością.

Ale u nas w Polsce, kiedy przypatruję się swoim towarzyszom pracy i tak w ogóle miejscom pracy, sklepom, biurom, kantorom, warsztatom — to mi się czasem zdaje, że nasi ludzie wcale nie potrzebują czystości i piękna wokoło siebie.

Jakbyśmy byli pod tym względem niedorozwinięci i jakby nas dopiero obcy wrogowie musieli uczyć tego, że życie może i potrafi być w najbłahszym skrawku lepsze, ładniejsze, weselsze i zdrowsze.

Znam zecernię, gdzie są olbrzymie okna z dwu stron hali — a pomimo to jest tam ponuro i czarno.

Ludziom, którzy tam pracują, wcale nie przychodzi na myśl spróbować — czy nie było by im lepiej, czy praca nie szłaby raźniej, gdyby zadbali o umycie podłogi i okien — gdyby na oknach nie powstydzili się postawić nieco kwiatków. Czyby nie doznali wtedy pocieszenia w skrytych swych smutkach, w śmiertelnym znużeniu robotą?

Ale cóż mówić o halach zakładów przemysłowych, gdzie czasem trudno jest zachować wszystkie warunki piękna i czystości. Cóż mówić o wymaganiach ludzi prostych, niewykształconych, kiedy w biurach ludzie jakoby inteligentni pracują nieraz w ładnych, jasnych pokojach przy brudnych oknach, ścianach i podłodze, przy firankach czarnych z dwuletniego kurzu — przy zaplamionych stołach, postrzępionych bibułach. I zdaje się im, że czują się jako tako. Ale między innymi dlatego właśnie czują się pokrzywdzeni przez życie i pracę, która na nich przypadła, — że nie umieją z niej wydobyć troszeczkę uroku, który wszystko czyni zajmującym — nawet codzienny dzień.

Gdyby pracodawcy wiedzieli raz na zawsze, że żaden robotnik, ani urzędnik nie może pracować w innym otoczeniu, jak pięknym i czystym — że nie ma takiego, który by mógł się na pracę w brzydocie i brudzie zgodzić, to niechybnie lepiej staraliby się o czystość i piękność miejsca pracy.

Walka o te rzeczy też prędzej by się potoczyła. Gdyby istniała u nas walka o te rzeczy! O to trochę piękna, bez którego właśnie żyjemy smutno, szaro i pospolicie.

Maria Dąbrowska

Sprzedawca
SPÓŁDZIELCZY

Rok II Warszawa, kwiecień 1938 r. Nr 4

JAN PODCZASKI

JAK CHRYSTUS

Myśleli: — Kamieniem przywalić!
— Oto Prawdę zamknęliśmy w grobie.
...a to była tylko przystań.
Aż nocą Bóg jasność zapalił
(Czy to w sercach taki był ogień?)
i Chrystus dla nas zmartwychwstał.

—

Prawdę, prawdę spod głazów, spod ziemi!
Taki ogień rozniecić nam trzeba,
żeby wiarą płonęło niebo,
żeby noc blask na dzień zamienił!
Takich młotów, takich serc uderzeń,
takiej siły i bólu i chwały,
żeby tylko jednym słowem: Wierzę!
głazy druzgotać i skały.
Takiej pracy, wytrwałości twardej,
trudu w dnie zaklętego i wieki...
Żeby już, żeby zaraz... Nie czekać!
Żeby gromem zagrały oskardy...

—

Myśleli: przywalimy głazem.
— Oto Prawdę ukryliśmy w ziemi!
Nie wiedzieli,
że już tłumem tysiącznym idziemy,
że już płoną nam w sercach rozkazy,
że świt niebo na wschodzie już bieli
i, że Prawda — nasza Prawda — czysta
śmierć zwycięży i wstanie — jak Chrystus...

Prawo nabywcy

Któż z nas nie doświadczał przykrego uczucia, kiedy zażądawszy w sklepie jakiegoś towaru, słyszy się w odpowiedzi czasem uprzejme, kiedy indziej wręcz oschłe — „nie ma". Trzeba iść szukać żądanego przedmiotu w innym sklepie, kiedy jest się przyzwyczajonym załatwiać swoje sprawunki w tym właśnie, trzeba dreptać — może daleko — po deszczu lub słocie do dostawcy lepiej zaopatrzonego. Mitręga czasu i daremne zmęczenie, a może i w drugim sklepie nie znajdziemy tego, czego szukamy. Cóż dziwnego, że opuszczamy sklep z grymasem niechęci, mając jakgdyby żal do sklepu, który nie umiał zaspokoić naszych potrzeb.

Czy pretensja ta jest słuszna?

Wydaje mi się niesłuszną, jeżeli chodzi o sklep prywatny. Ostatecznie jego właściciel może sprzedawać co chce i komu chce. Jeszcze przed wojną zdarzały się, rzadkie co prawda, wypadki, że na naszym dzisiejszym polskim wybrzeżu morskim kupcy Niemcy nie chcieli sprzedawać Polakom, a dzisiaj w Berlinie na drzwiach niektórych sklepów wisi wywieszka „Żydzi niepożądani". Kupując coś w sklepie prywatnym, nie zawieramy z nim żadnej umowy co do stałego między nami stosunku; koniec końców możemy wierzyć, że kupiec we własnym interesie będzie się starał zaopatrywać nas w towar jak najczęściej. Jeżeli wypadki braku jakichś towarów będą się u niego powtarzały zbyt często, opuścimy go wzruszając ramionami i mrucząc pod nosem: „co za niedołęga".

Inaczej w spółdzielni. Przystępując do niej na członka i podpisując deklarację, przyjmujemy na siebie pewne obowiązki, z których jednym z głównych jest zaopatrywanie się we wszystko co nam do życia potrzebne — w tej właśnie spółdzielni. W zamian za to zobowiązuje się spółdzielnia dostarczać swoim członkom wszystkiego, co im jest do życia potrzebne, oczywiście zwykłego prostego życia, nie może tu bowiem być mowy ani o brylantach, ani o kosztownych futrach i luksusowych samochodach. Wszelkie więc a zwłaszcza zbyt częste braki w sklepie spółdzielczym muszą być traktowane przez członka jako niedotrzymanie owej domyślnej umowy między spółdzielnią a członkiem. Klient nie znajdujący czegoś w sklepie prywatnym idzie szukać tego przedmiotu w innym sklepie; członek nie znajdujący żądanego towaru w spółdzielni — prawdopodobnie tak samo, ale w takim razie łamie umowę ze swoją organizacją, przy czym wina leży tu po stronie spółdzielni.

Nie trzeba go przy tym do tego szukania obcych źródeł zakupu przyzwyczajać: jego zapas dobrej woli może się prędzej czy później wyczerpać, a przyzwyczajenie stać się nałogiem. Czymże zresztą można ten stały brak towarów tłumaczyć: albo złym stanem finansowym organizacji, co nie zachęca ludzi do wchodzenia z nią w ściślejsze stosunki, albo niedołęstwem kierownictwa. A przecież zarządy wybiera się dla podnoszenia organizacji na wyższy stopień rozwoju, a nie dla zaprzepaszczania ich przez niedbalstwo.

St. Th.

Klient w sklepie stowarzyszenia powinien być załatwiony nie jakby w drodze łaski, ale z poczucia obowiązku i odpowiedzialności sklepowego, jako urzędnika demokratycznego samorządu.

S. Wojciechowski



Zagadnienie dostarczania towarów członkom do domów zostało już w Anglii dawno rozwiązane w taki oto sposób.

Dostawy domowe

„Gospoda Spółdzielcza“, pierwsza bodaj wśród spółdzielni w Polsce powołała do życia odrębną placówkę porannych dostaw pieczywa, mleka i masła do mieszkań odbiorców. W krajach zachodnich ta forma zaopatrywania jest dość powszechnie stosowana — u nas w Polsce z wielu względów nie może zyskać sobie powszechności.

Jakie pobudki kierowały władzami spółdzielni, by stworzyć podobną placówkę i jakie cele zamierzała przez nią osiągnąć?

„Gospoda Spółdzielcza“ pracuje na Żoliborzu w Osiedlu Warszawskiej Spółdzielni Mieszkaniowej, a więc na terenie zorganizowanym i skupionym. Odległość Żoliborza od centrum Warszawy i miejsc pracy mieszkańców Osiedla jest dość znaczna, wymaga wczesnego wstawania, stwarza kłopoty przy rannym zaopatrywaniu się w potrzebne produkty, powoduje konieczność wczesnego otwierania sklepów i nadmierny w tych sklepach ruch. Dostawy domowe mogą te wszystkie niedomagania usunąć. Mogą przede wszystkim przedłużyć czas odpoczynku, szczególnie tym, którzy nie zatrudniają pomocnic domowych, mogą rozładować ruch w sklepach, a przy większej powszechności otwieranie we wczesnych godzinach uczynić zbędnym. To ostatnie posiada b. ważne znaczenie w akcji skrócenia cza-

---

Stowarzyszenie spożywcze reprezentuje, w porównaniu do kapitalistycznego przedsiębiorstwa handlowego, ulepszoną maszynę, oszczędzającą siły i koszty, a ponieważ, zgodnie z ekonomicznym prawem, lepsze urządzenie usuwa i zajmuje miejsce gorszego, to zgodnie z tym prawem stowarzyszenie spółdzielcze, jako nowa i bardziej racjonalna organizacja podziału bogactw, musi zająć miejsce dzisiejszego handlu.

Dr. Edward Strasburger

su pracy pracowników sklepowych. Dostawy domowe są również, jak się później okaże, dobrym czynnikiem propagandowym.

Liczba rodzin zaopatrywanych przez tę placówkę waha się w granicach 200. Ruch w sklepach o tylu odbiorców się zmniejszył. 200 rodzin przedłużyło sobie czas odpoczynku. „Gospoda Spółdzielcza“ przez wprowadzenie kosztów manipulacyjnych od niećzłonków (2 gr za jedną dostawę) pozyskała znaczną ilość członków. 75% obrotów tej placówki stanowią obroty członków. Pozostaje jeszcze do omówienia zagadnienie kontroli i rentowności dostaw domowych.

Pierwsze zagadnienie po dość długich doświadczeniach udało się rozwiązać zupełnie pomyślnie. Wszyscy odbiorcy składają zgłoszenia, w których ustalone zostają warunki zabezpieczenia (udział — w myśl specjalnej uchwały w zgrom,. przedpłata, gwarancja na r-ku oszczędn. w Banku „Społem“), termin regulacji (w 3 dni po otrzymaniu 2-tygodniowego obliczenia), przyjęcie odpowiedzialności za towar, który roznosiciel na życzenie stawia pod drzwiami.

Między odbiorcą a prowadzącym dostawy domowe odbywa się wymiana kart dostaw. Odbiorca otrzymuje towar zarejestrowany na karcie żywności, zwraca zaś kartę z dnia poprzedniego z ewentuaalnymi reklamacjami lub życzeniami. Karta dostawy jest równocześnie rachunkiem a jej odpowiednikiem — kartoteka, znajdująca się stale w biurze spółdzielni. Oczywiście, jak każdy system, dostawa domowa wymaga sumiennej pracy odpowiedzialnego sklepowego. Dla ilustracji sprawności działania kontroli należy przytoczyć liczby. W roku 1937 obroty dostaw domowych wyniosły zł 34.559.— (wyższe od obrotów 1936 r. o 13,6%), zaległość zaś w dniu 31.XII, za jedenaście miesięcy—zł 99,02, od dziesięciu osób.

Kontrolę odpowiedzialnego pracownika przeprowadza się na podstawie książki sklepowej i remanentu wyprowadzonego z kartoteki i potwierdzonego przez odbiorców.

Organizując dostawy domowe należało uwzględnić również rentowność tej agendy, choć może nie w tym stopniu, w jakim to musi mieć miejsce w stosunku do każdej innej placówki handlowej. Znaczenie dostaw domowych, jak wynika z tego, cośmy już powiedzieli, ma charakter raczej propagandowy i organizacyjny. Te czynniki przede wszystkim muszą mieć swój oddźwięk w zagadnieniu rentowności. Dostawy domowe pokrywają obecnie własne koszty, w małym zaledwie stopniu mogą brać udział w kosztach ogólnych. Ich dochód brutto wynosi 17,0% (pieczywo, przeważnie pszenne i mleko), wydatki zaś personelu 14—15%, rzeczowe 2—3%, głównie druki i opakowanie.

O ile więc dostawy domowe staną się agendą bardziej powszechną, będzie można osiągnąć całkowitą rentowność, a co ważniejsze, będzie można mocno naprzód pchnąć sprawę skrócenia czasu pracy pracowników sklepowych.

L. Lenk

Jak i gdzie spędzić urlop

Powszechnie znane i potwierdzone przez specjalne badania jest zbawienne znaczenie dłuższego wypoczynku dla zdrowia ludzi pracujących. Można śmiało twierdzić, że racjonalnie wykorzystane urlopy stanowią czynnik podtrzymujący sprawność organizmu i chroniąc go przed wczesnym starzeniem się przedłużają życie człowieka.

Warunkiem osiągnięcia z wypoczynku urlopowego maximum korzyści jest całkowite oderwanie się na ten czas od kłopotów i warunków życia codziennego. W czasie urlopu nastąpić powinno

---

Każdy z nas niech będzie tym robotnikiem w służbie narodu, a przezeń całej ludzkości, i niech dąży naprzód ciągle.
Ks. W. Pótrzebski

odnowienie się organizmu zarówno fizyczne, jak i psychiczne. Dla osiągnięcia tego celu trzeba zupełnie zmienić tryb życia, sposób odżywiania się, otoczenie (naturę i ludzi) i dać wypoczywającemu dobre warunki zdrowotne.

Ażeby dostarczyć pracownikom spółdzielczym takich właśnie urlopów, Związek „Społem" organizuje od szeregu lat w różnych malowniczych zakątkach naszego kraju kursy wakacyjne. Mają one na celu zapewnić pracownikowi w czasie urlopu dobrze zasłużony wypoczynek i łącząc przyjemne z pożytecznym, uzupełnić zasób jego wiadomości ogólnych i fachowych.

Nasuwa się pytanie, czy słuchanie wykładów na kursach wakacyjnych nie zakłóca wypoczynku urlopowego pracowników. Otóż nie. Odprężeniem dla nerwów jest nie tylko oddawanie się absolutnej bezczynności i beztrosce, lecz raczej przeciwnie—kojąco działa na organizm natężenie aktywności w innym kierunku niż przy pracy zawodowej. Dla pracownika umysłowego odpoczynkiem będzie wysiłek fizyczny, dla pracownika fizycznego — umysłowy. Parę godzin dziennie wykładów stanowić może pożądane odprężenie dla wyczerpanych fizycznie pracowników sklepowych. No, i nie trzeba zapominać, że drugim ważnym celem kursów jest pomoc w doskonaleniu się zawodowym pracowników spółdzielczych.

Nasze kursy wakacyjne dają te niezbędne warunki do jak najpełniejszego wykorzystania urlopów letnich. Mając wybór różnych miejscowości pracownicy mogą zaspokoić swoje pragnienia krajoznawcze. Uzyskane przez Związek zniżki kolejowe dla uczesntików kursów udostępniają przejazd do najdalszych zakątków kraju.

W roku bieżącym będą zorganizowane dla pracowników sklepowych następujące kursy:

dla pomocników sklepowych:

w Sitkówce pod Kielcami od 17 do 30 czerwca,

w Cieszynie od 17 do 30 lipca;

dla kierowników sklepów:

w Zaleszczykach od 3 do 16 lipca,

w Cieszynie od 3 do 16 lipca,

w Sitkówce pod Kielcami od 17 do 30 lipca;

dla wszystkich pracowników sklepowych bez ograniczenia:

w Chałupach na Helu nad morzem od 3 do 16 lipca,

w Bukowinie Tatrzańskiej od 3 do 16 lipca,

w Białobrzegach na brzegu Puszczy Augustowskiej od 17 do 30 lipca.

Na każdym kursie przewidziane są wycieczki krajoznawcze i rozrywkowe.

Szczegółowe informacje o kursach wakacyjnych znaleźć można w numerze 6-tym „Społem" z 25 marca. Niezależnie od tego wydrukowany został specjalny prospekt, zawierający wszelkie dane i informacje dotyczące kursów. Prospekt ten na żądanie osób zainteresowanych może im być bezpłatnie przesłany. Wobec bezwzględnie ograniczonej w roku bieżącym liczby uczestników na poszczególnych kursach, pożądane jest wcześniejsze nadsyłanie zgłoszeń.

K. Ś.

Kto dobrze radzi, zyskuje zaufanie

Im lepiej znać będziemy różnice jakościowe poszczególnych towarów, tym łatwiej będzie nam wyjaśniać reklamacje co do ich ceny, wynikające z nieświadomości kupującego.

Jest towar i towar, jest cena i cena.

Uczmy się zatem praktycznie poznawać własności towarów. Wówczas kupujący nabiorą zaufania do naszych wiadomości i chętnie korzystać będą z naszych rad przy wyborze towarów.

Zupełnie dobrych pracowników, przejętych duchem kooperacji będziemy mieli dopiero, kiedy ich sobie wychowamy i urobimy.

R. Mielczarski

Ażeby znać się na towarach, trzeba się do nich jak najbardziej zbliżyć.

Zbliżyć się, to znaczy, że towar trzeba odczuć i zrozumieć jak żywą istotę. Kto nie czuje, że drożdżom może być za zimno, a czekoladzie czy wędlinie za gorąco, ten z towarem nie współczuje i towaru nie rozumie.

Towar można w sklepie zadusić, zabić, a przecież naszym zadaniem jest przedłużać mu życie. Zostawmy warzywa lub owoce na noc w ciepłym, bez wentylacji sklepie, a na pewno zabijemy je, zadusimy. Do rana warzywa zwiędną i trzeba je wyrzucić na śmietnik, a jabłka dostaną plam i zaczną szybko gnić.

Zbliżywszy się do towaru i poznając jego właściwości łatwiej go możemy sprzedać i co do niego radzić.

Pamiętać również trzeba, że tylko prowadząc w sklepach spółdzielczych towary gwarantowane, o wysokiej jakości można zdobyć sukces i zaufanie członków.

Wysoka jakość towarów jest podstawą dobrego handlu, bez której nie może on się rozwijać i korzystnie pracować.

Anglicy słusznie mówią, że jakość towarów istnieje jeszcze wówczas, gdy cena od dawna jest już zapomniana.

Jest to stara zasada, że za dobry towar kupujący chwali sprzedawcę, a za zły gani.

Narzekając na zły towar nikt już nie wspomina o tym, że płacił za niego niską cenę.

A zatem nie wpuszczajmy do naszych sklepów lichoty i tandety, bo to i nie spółdzielcze i nie handlowe.

Strasznie się spieszę

Panno Lodziu kochana, prędziutko dla mnie masła i bułek. — Oj, mnie w tej chwili chleba, bo już lecę. — Dla mnie cukru i herbaty, tylko zaraz.

Tak jedna przez drugą wołały klientki na uwijającą się jak w ukropie pannę Lodzię.

W tym czasie wyszła ze sklepu, załatwiwszy już swoje sprawunki, miejscowa piękność, żona kolejarza.

Dało to hasło pozostałym niewiastom do wszczęcia ożywionej na jej temat dyskusji. Wszystkim paniom przestało się od razu jakoś śpieszyć.

—o—

Słyszała pani, podobno już się z mężem rozchodzą...

No, przecież, ja to już dawno przepowiadałam.

Także nowinę pani powiedziała, — przecież o tym to już nawet wróble na drzewach ćwierkają.

I co sobie taka myśli...? Że to jej przed ludźmi nie wstyd?

A pani, panno Lodziu, z nią taka grzeczna, jeszcze drzwi jej pani otwiera.

Panna Lodzia z uśmiechem: staram się być grzeczną dla wszystkich, a drzwi musiałam jej pomóc otworzyć, bo miała obydwie ręce zajęte. A przy tym mnie te wszystkie historie, co panie opowiadają, nic a nic nie obchodzą.

—o—

Niewiasty szeptem już zaczęły się dzielić między sobą różnymi intymnymi szczegółami zwęszonego skandalu. Trwało by to może jeszcze długo, gdyby nie chłopiec, który wpadł do sklepu bez czapki i od progu zawołał: mamo, przecież ja się spóźnię do szkoły. Niech mama idzie, bo mleko wykipiało; Kazik odsuwał je z kuchni i rękę sobie oparzył.

Kobiety naraz wszystkie przypomniały sobie o swoich obowiązkach i jak stadko spłoszonych kuropatw rozbiegły się w popłochu do domów.

—o—

Panna Lodzia popatrzyła z uśmiechem na tę scenę i w duchu pomyślała sobie: o, teraz to im się naprawdę śpieszy.

— Moja żona uważa się za nieomylną.
— A moja nie, — przyznaje się do jednego błędu...
— Jakiego?
— Że wyszła za mnie za mąż.

O wystawach w sklepach spożywczych

Wystawa jest zwierciadłem sklepu. Z wystawy kupujący orientuje się nie tylko w asortymencie i jakości znajdujących się w sklepie towarów, lecz i w metodach obsługi klientów.

Mimo jednak tak dużego ich znaczenia wystawy w naszych sklepach utrzymywane są nieraz w stanie zupełnie niezadowalającym. Niedbalstwo i szablon panują jeszcze pod tym względem wszechwładnie w bardzo wielu spółdzielniach.

Widzi się nieraz na wystawach ułożone byle jak puszki konserw, zakurzone butelki, pudełka gilz, gdzie nie gdzie trochę pretensjonalnych ozdób papierowych lub bibułkowych, bardzo często również mocno przykurzonych.

Jakież wrażenie może odnieść przechodzień przyglądając się (o ile będzie miał chęć przyglądać się) takiej wystawie? Cóż ona mu powie o sklepie i znajdujących się w nim towarach?

Takie wystawy nie odpowiadają swemu przeznaczeniu. Nie informują o towarach najpokupniejszych w danym momencie, nie mówią nic o wartości tych towarów pod względem smakowym i odżywczym, o cenach, nie reklamują nowych lub mało znanych towarów.

Wszystkie te braki można z łatwością usunąć, trzeba tylko wyzbyć się szablonu a popracować nad wyszukaniem nowych, własnych, oryginalnych rozwiązań. Wystawa, jak wnętrze własnego mieszkania, jak ubiór, powinna nosić cechy własnej naszej myśli — wtedy będzie ładna, wtedy wzbudzi zainteresowanie i podoba się.

Mało stosuje się u nas również różnego rodzaju napisów wystawowych, które mogą być nam wielce pomocnymi w zaznajamianiu kupujących z zaletami towarów.

Nie każdy sklep stać na upiększenie wystawy ładnym, oryginalnym rysunkiem reklamowym, lecz na odpowiedni zachęcający napis każdy zdobyć się może. Trzeba tylko, by napisy były wykonane ładnie, jaskrawymi, kontrastującymi dobrze z tłem kolorami.

Wskazane jest umiejętne stosowanie reflektorów rzucających snop silnego światła na jedno specjalnie ważne miejsce na wystawie. Gdzie warunki na to pozwalają, można stosować reklamy neonowe.

Duży wpływ propagandowy ma wystawianie cen na towarach, co jest często zaniedbywane pomimo nakazu władz administracyjnych.

Wyjątkowo ważną rzeczą jest utrzymywanie wystawy we wzorowej czystości. Trzeba więc jej pilnie doglądać i często zmieniać wystawione towary.

Wystawom trzeba starać się nadać artystyczny, pociągający wygląd. Na specjalistów-dekoratorów jeszcze nas nie stać, musimy zatem sami dbać o estetyczyny wygląd naszych wystaw.

Bo przecież w rezultacie: jak cię widzą tak cię piszą. A dodałbym jeszcze, że jak cię piszą, tak cię i odwiedzają.

Chłop, który zawsze sprzedawał piekarzowi masło, przynosi mu łaseczkę masła i mówi, że tam jest 4 kilo.

Piekarz na to:

— Ej, muszę ja to masło zważyć, bo mi się jakoś nie wydaje, ażeby tu mogło być całe cztery kilogramy.

Po zważeniu okazuje się, że brakuje ćwierć kilo.

— Gospodarzu, czy już od dawna mnie tak oszukujecie?

— Nie, panie, ja u siebie ciężarków nie mam, ale brałem zawsze pański czterokilowy chleb i podług niego ważyłem masło!

Porządkujmy lodownie

Na pokrytych blachą cynkową wewnętrznych ściankach pokojowych lodowni tworzy się z czasem jakby tłusty nalot. Jeżeli lodownia przez czas dłuższy nie jest z niego oczyszczana, to zaczyna wydzielać się z niej przykry zapach, udzielający się, rzecz prosta, przechowywanym w lodowni artykułom.

To też jest rzeczą nader wskazaną dokonywać od czasu do czasu gruntownego oczyszczenia lodowni, mającego na celu usunięcie tego osadu, a tym samym i przykrego zapachu wewnątrz lodowni.

Najlepiej robić to w sposób następujący: rozpuszczamy w gorącej wodzie kilka ziarnek nadmanganianu potasu (calihypermanganicum) w każdym razie tyle, by roztwór nabrał ciemno-różowego koloru. Przygotowaną w ten sposób wodą gorącą myjemy lodownię zarówno wewnątrz jak i zewnątrz. Następnie opłukuje się zmyte miejsca czystą, ciepłą wodą. Po wykonaniu tych czynności wystawia się lodownię na powietrze i słońce dla wysuszenia.

Teraz właśnie, gdy zbliża się cieplejsza pora roku i z lodowni w sklepach będzie się intensywniej korzystać, takie gruntowne ich oczyszczenie jest specjalnie wskazane.

Dobry sposób odświeżania czerstwego chleba

Unormowanie zamówień sklepowych na chleb jest częstokroć bardzo trudne. Albo go zabraknie, czego chcemy za wszelką cenę unikać, albo zostanie. W tym drugim wypadku mamy kłopot z czerstwym chlebem: piekarnia zwrotów nie przyjmuje, odbiorcy nie chcą czerstwego chleba kupować — trzeba go albo sprzedawać po zniżonej cenie i robić odpisy, albo... odświeżyć.

Dobrym sposobem odświeżania niezbyt zczerstwiałego chleba jest następujący: zaraz po otrzymaniu chleba świeżego trzeba przy układaniu go na półce wkładać jeden czerstwy bochenek między dwa świeże, nieraz jeszcze ciepłe bochenki. Po paru godzinach chleb czerstwy robi się w tych warunkach znowu miękki i elastyczny i z łatwością będzie mógł być sprzedany bez strat i ku zadowoleniu odbiorców.

Oszczędzajmy papier pakowy

Sporo towaru do sklepu otrzymujemy w torbach, które po opróżnieniu nie zawsze są należycie zużytkowane, — leżą nieraz pod ladą i po kątach sklepu i pakameru zajmując miejsce i potęgując nieład. A tymczasem używane torby i papier pakowy mogłyby być z pożytkiem i ku zadowoleniu kupujących wykorzystane.

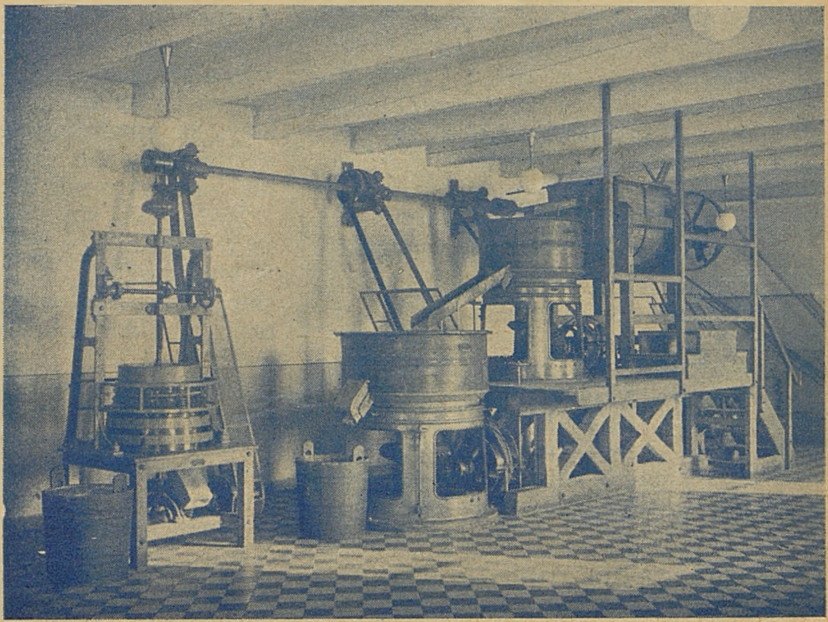
Używane duże torby należy posortować i nawlec na wbity w ścianę gwóźdź bądź gruby drut. Często ekspediujemy towary, do których szkoda torby nowej, jak np. otręby, ziarna zbożowe, różne warzywa itd. Mając wówczas pod ręką posortowane torby używane oszczędzamy papieru i toreb nowych.

Jako skrzętni szafarze dobra społecznego winniśmy tak gospodarować, by nic się nie marnowało.

Nawet największe i najlepiej rozwinięte kooperatywy spożywcze mają jeszcze przed sobą całą serię poważnych i płodnych w następstwa zadań.

H. Müller

Musztarda



Dział maszyn produkujących musztardę

Przy produkcji musztardy podstawowym produktem jest gorczyca, więc należy jej poświęcić na wstępie parę słów.

Gorczyca jako produkt spożywczy, zastosowana została po raz pierwszy w Europie (Anglia) około roku 1800 w postaci dość zbliżonej pod względem konsystencji do obecnej musztardy.

Jest wiele gatunków gorczycy, nie wszystkie jednak mają u nas zastosowanie przy wyrobie musztardy.

Na rynku europejskim najchętniej widziana jest gorczyca żółtawa (sinapis alba) i czarna, a właściwie brunatna (sinapis nigra) obok mniej u nas w Polsce, a więcej na wschodzie popularnej gorczycy sareptskiej (sinapis juncea).

Dla ścisłości dodać należy, że gorczyca jest rośliną dość niewybredną i uprawa jej większych trudności w naszym klimacie nie przedstawia, zwłaszcza, że nie wymaga ona specjalnie dobrej gleby.

Wyrób musztardy ma następujący przebieg:

Ziarna gorczycy miele się w specjalnych młynkach na niezbyt miałką mąkę i tę wraz z dodatkami odpowiedniej ilości cukru, oliwy nicejskiej, octu naturalnego, soli, pieprzu, goździków i innych korzeni smakowych i zapachowych — dokładnie miesza się mechanicznie w odpowiednim zamkniętym zbiorniku-mieszadle. Z mieszadła cała jego zawartość, po uzyskaniu właściwej konsystencji, spływa swym własnym ciężarem na kamienie młyńskie (podobne do dużych żaren), które dokład·

Głównym zadaniem spółdzielczości jest planowe wytwarzanie dóbr i ich podział na zasadach sprawiedliwości. Ustrój społeczno-gospodarczy oprzeć należy o interes spożywcy i do tego interesu dostosować produkcję i wszystko co z nim się wiąże.

Ks. A. Zalewski

nie przecierają masę i znów spuszczają stopniowo na dalsze kamienie drugich żaren, gdzie proces przecierania powtarza się. Po tym etapie produkcji musztarda jest już gotowa. Przed ekspedycją musztardę się chłodzi, po czym dopiero wkłada się ją do maszynki tzw. dozarki (od dozować), która za pociśnięciem rączki dźwigu napełnia szklanki lub puszki o odpowiedniej pojemności.

W zależności od gatunku musztardy proporcje dodatków są różne, przy czym do musztardy ostrej stosowany jest dodatek większej ilości gorczycy czarnej, a w musztardzie słabszej przeważać musi gorczyca żółta. Musztarda tzw. francuska ma bardzo delikatny przemiał, a to na skutek dodatkowego przetarcia jej przez specjalne sita i przepuszczania „nadprogramowo" przez trzeci młynek.

Dla spożycia musztarda ma dużą wartość, gdyż jest artykułem pełnowartościowym, a nie tylko przyprawą, jak to zwykliśmy mniemać.

Swą wartość odżywczą musztarda zawdzięcza w pierwszym rzędzie gorczycy, posiadającej znaczne ilości białka (ok. 30%), węglowodanów (ok. 20%) i substancji tłuszczowych (ok. 28%), nadto zaś cukier i oliwę.

Wyżej powiedzieliśmy, że musztarda jest również przyprawą, a to mianowicie dlatego, że posiada dość znaczne ilości dodatków smakowych i zapachowych, które działają na nasze organa smakowe i powodują tym samym wydatne wydzielanie się soków trawiennych. Musztarda więc sprzyja trawieniu.

Jeśli nadto dodamy, że musztarda zawiera również niezbędne dla organizmu człowieka witaminy, to stwierdzić należy, że znaczenie tego artykułu przy odżywianiu jest duże, mimo to jednak nie jest ona u nas doceniana.

Możliwości stosowania musztardy czy to w kuchni czy przy stole są znaczne. Wiele sposobów podają książki kucharskie, nie mniej nowych podyktuje dobrej pani domu jej własna inicjatywa, zwłaszcza, jeśli przy urozmaiceniu jadłospisu mieć będzie na uwadze racjonalność odżywiania.

Musztardę przechowywać należy w miejscach chłodnych, nie wystawionych na działanie słońca i stale w naczyniach szczelnie zamkniętych.

Przy dłuższym ponad 3 — 4 miesiące przechowywaniu musztardy, choćby nie pozbawionej fabrycznego uszczelnionego zamknięcia, na powierzchnię poczyna wydobywać się oliwa i połączone z nią niektóre składniki.

Musztarda taka nie jest zepsuta i nadaje się do spożycia przede wszystkim w kuchni (sosy, majonezy itp.), ponieważ jednak wygląd jej nie jest apetyczny, należy wystrzegać się przed czynieniem większych zapasów.

Musztardę do sprzedaży na wagę przechowywać należy w specjalnych aparatach uszczelnionych.

M. Kubara

Mydło

Mydło jest produktem, który powstaje przez chemiczne połączenie się tłuszczów z ługiem, w odpowiednich warunkach i ilościach.

Do wyrobu mydła używane są tłuszcze częściowo krajowe, jak: łój wołowy i barani, smalec, utwardzony olej lniany, oraz zagraniczne: olej kokosowy, olej palmowy z ziarn i wiele innych. Kalafonia jest również sprowadzana z zagranicy, gdyż krajowa produkcja nie może całkowicie zaspokoić potrzeb przemysłu mydlarskiego.

Ze wszystkich klas i warstw, jakie zna ekonomia polityczna, każda jest przedstawicielem pewnych ograniczonych interesów, jedna tylko stanowi naprawdę ogół-społeczeństwo, a mianowicie konsumenci.

W. Lutosławski

Ług sodowy, służący do wyrobu mydła, otrzymuje się z roztworu soli kuchennej za pomocą elektrolizy systemem Solvay'a.

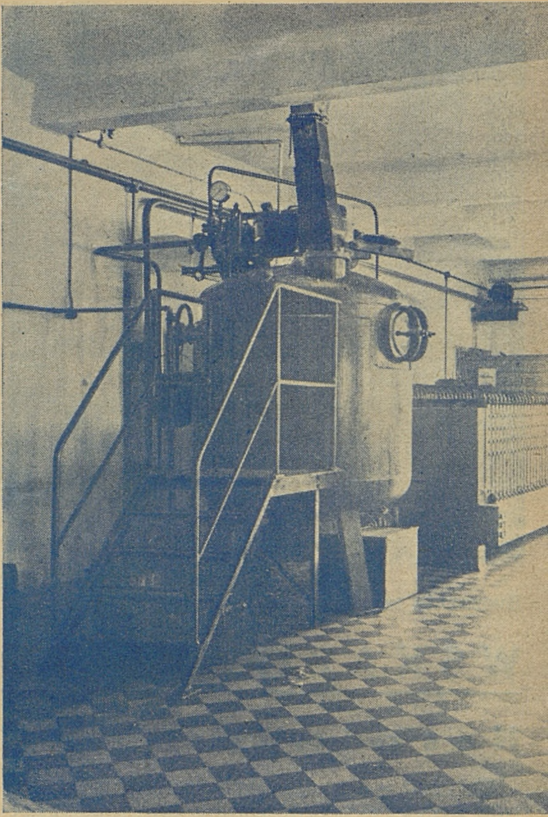
Mydło jest jednym z najniezbędniejszych artykułów w codziennym użyciu każdej rodziny, bez względu na jej stanowisko społeczne. Dzięki swoim właściwościom bakteriobójczym oddaje ono ludzkości wielkie usługi w walce z brudem i bakteriami. Jako dowód mogą służyć stwierdzone dane, że kraje, w których zużycie mydła jest duże, nie podlegają epidemiom i chorobom zakaźnym w tym stopniu, co kraje o mniejszym jego zużyciu.

Polska nie może się pochwalić nawet średnim zużyciem mydła, gdyż przypada go zaledwie około 2 kg na mieszkańca rocznie, gdy w krajach zachodnich zużycie wynosi od 6 do 12 kg. Jedynie Rosja Sow. stoi niżej od Polski, tam bowiem zużycie mydła nie o wiele przekracza 1 kg na mieszkańca.

Dane powyższe upoważniają nas do stwierdzenia, że higiena w naszym kraju nie jest na odpowiednim poziomie, oraz że wiele jeszcze w tym kierunku pozostaje nam do zrobienia.

Przemysł mydlarski w Polsce jest, niestety, przeważnie w rękach zagranicznego kapitału i chociaż wyroby te mają na opakowaniu napisy „wyrób krajowy", to jednak zyski, i to nieraz dość pokaźne, wywożą z Polski zagraniczni kapitaliści.

Dla nas — spółdzielców, chociaż mamy własną fabrykę mydła, nie może być zupełnie obojętne jakie mydła są sprzedawane na rynku. Ileż to słyszymy i czytamy reklam i ogłoszeń o cudownych własnościach niektórych mydeł, które „chronią bieliznę", „wzmacniają włókna". Na terenach spółdzielni należy zapobiegać, ażeby tego rodzaju reklama nie wprowadzała w błąd łatwowierniejszych członków spółdzielni i



Mieszadło i chłodnia do mydła

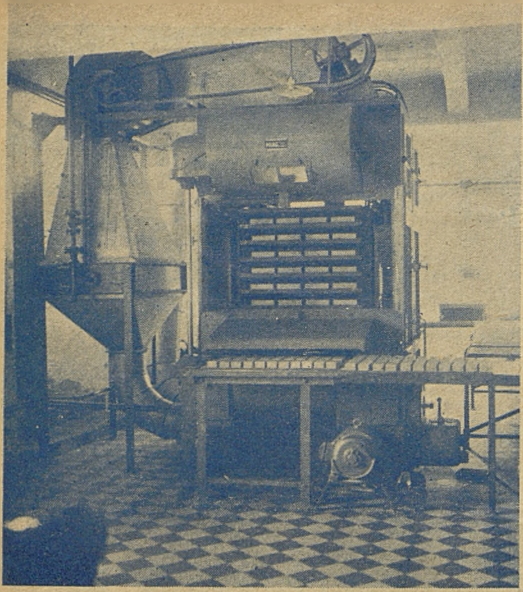
nie zachęcała ich do kupna mydła obcej produkcji.

Dość często spotyka się na rynku mydła zafałszowane lub jak je nazywają producenci — wypełniane. Przez dodanie do mydła roztworu np.: szkła wodnego, bielidła, cukru, krochmalu, soli itp. składników, nie mających żadnej wartości w praniu, zwiększa się jego wagę. Ponieważ roztwór taki jest b. tani, bo 1 kg kosztuje zaledwie kilkanaście groszy, niesumienny producent ciągnie w ten sposób zyski ze szkodą dla kupującego.

Mydło jest artykułem najbardziej podatnym do zafałszowania i często bywa wypełniane bezwartościowymi składni-

Spółdzielczość jest demokracją w ustroju gospodarczym, ponieważ jest za zdobyciem gospodarki przez klasy ludowe.

Karol Gide



Suszarnia mydła

kami, nawet do 20 proc. rzeczywistej wagi.

Zafałszowania mydła są dość trudne do rozpoznania dla przeciętnego nabywcy i dopiero szczegółowa analiza zrobiona w laboratorium, może wykazać, jakie składniki i w jakiej ilości zostały użyte do zafałszowania.

Dobre mydło powinno odpowiadać następującym warunkom:— powinno mieć tłuszczu 62—65 proc., dawać obfitą pianę, mieć przyjemny zapach, naturalny żółty kolor, dostateczną twardość oraz nie zawierać nadmiaru ługu, co może być przyczyną drażnienia rąk przy praniu.

Że mydło „Społem" jest naprawdę dobre, dowodem jest stale zwiększająca się jego produkcja.

S. Zawadzki

WSKAZÓWKI TOWAROZNAWCZE

Nasz import

Gdynia — to dla przeciętnego obywatela Polski symbol zbiorowego wysiłku i wytężonej pracy, — dla uświadomionego spółdzielcy — ośrodek handlu zamorskiego i siedziba jednej z niezmiernie ważnych placówek spółdzielczych. Nie ma sklepu spółdzielczego, nie ma spożywcy, który by nie spożywał artykułów sprowadzanych do naszego kraju przez ten port.

Herbata, kawa, cytryny i pomarańcze, śledzie — to wszystko musi przecież przejść przez nasze magazyny gdyńskie. Dla polskiego świata spółdzielczego rolę importera i przetwórcy artykułów kolanialnych spełnia Ajentura Handlu Zagranicznego „Społem" w Gdyni. Ci, którzy mieli możność być ostatnimi laty w Gdyni, znają tę naszą placówkę, mieszczącą się we własnym gmachu w porcie handlowym.

Niektóre artykuły importowane przez nas są przedmiotami codziennej potrzeby, nic więc dziwnego, że import ich do kraju wyraża się poważną liczbą 400 wagonów rocznie, wartości przeszło 5,[illegible] miliona złotych.

Spośród towarów importowanych na pierwsze miejsce pod względem wartości wysuwa się **herbata.** Sprowadzana jest ona w ciągu całego roku z Indii Brytyjskich, Cejlonu, Indii Holenderskich, Chin i Japonii, i tu w Gdyni odpowiednio dobierana i mieszana. Do spożywcy dochodzi już w postaci różnych mieszanek estetycznie o-

Ze zmianą obecnego systemu produkcji i rozdziału, opartego na dążeniu do zysku osobistego i obliczonego na rynek zewnętrzny, zniknęłyby przesilenia ekonomiczne, powtarzające się co pewien określony okres czasu (co 7 do 10 lat), przyprawiające tysiące ludzi o ruinę, a pochodzące z ogólnej anarchii panującej w obecnym ustroju.

Dr. Edward Strasburger

pakowanych. Import herbaty wynosi około 80.000 kg rocznie i w wielkiej mierze dokonywany jest za pośrednictwem zagranicznych hurtowni spółdzielczych.

Drugim po herbacie co do wartości artykułem importowym jest **kawa surowa.** Import jej wzrósł w roku 1936 w porównaniu z rokiem poprzednim dwukrotnie i wyniósł 110.000 kg. Pełny asortyment stanowią starannie dobrane mieszanki tanich gatunków kawy brazylijskiej (Rio, Santos), oraz lepszych gatunków (Guatemala, kawy afrykańskie), aż do wysokowartościowej kawy niebieskiej (Maragogype, Costa Rica) i innych. Kawa ta jest palona i paczkowana w nowoczesnej elektrycznej palarni związkowej i paczkowni w Gdyni.

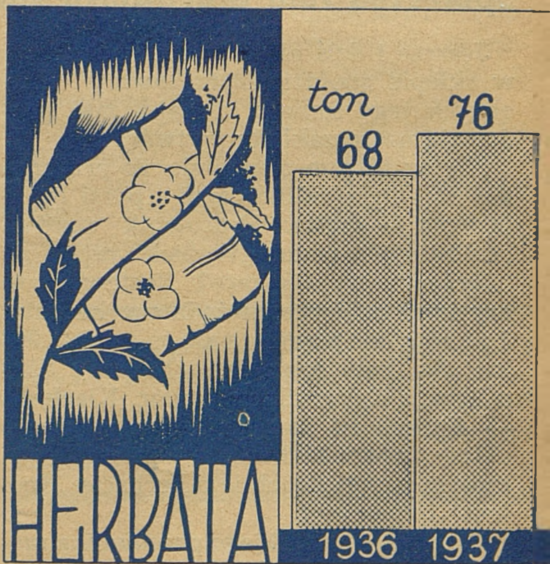
Następnym poważnym artykułem importowym jest **kakao** sprowadzane z Holandii w stanie już częściowo przerobionym. Paczkownia nasza przepakowuje tylko to kakao do własnych firmowych pudełeczek lub wysyła je spółdzielniom luzem w torbach. Artykułu tego sprowadza się rocznie około 90.000 kg.

Poważną rolę w naszym imporcie odgrywają również **korzenie i przyprawy**, a mianowicie: pieprz ziarnisty, czarny i biały, cynamon, liście bobkowe, goździki i wanilia. Sprzedającemu je w sklepie po kilka dekagramów trudno jest wprost uwierzyć, że sprowadzamy tych artykułów rocznie ponad 80.000 kg. Sprowadzany do Gdyni pieprz i cynamon mielony jest w dużych ilościach i pakowany w małe pięcio i dziesięcio-gramowe torebki.

Bardziej sezonowy charakter posiada import **owoców suszonych,** jak śliwki kalifornijskie i jugosłowiańskie, figi, rodzynki kalifornijskie, tureckie i greckie, orzechy laskowe i włoskie oraz migdały. Towarów tych sprowadza się rocznie ponad 200.000 kg.

Wspomnieć również trzeba o **oliwie** francuskiej i hiszpańskiej, rozlewanej w Gdyni do małych buteleczek i blaszanek, dalej o **sardynkach** portugalskich i francuskich oraz o żelatynie.

Artykułem masowym a zarazem sezonowym są sprowadzane z Hiszpanii, Palestyny i Włoch **pomarańcze i cytryny.** Przychodzą one do nas w wielkich ilościach tuż przed świętami Bożego Narodzenia, a potem sezon trwa do Wielkanocy. Mimo tak krótkiego okresu sprowadziliśmy w ciągu dwóch lat (1935 — 1936) przeszło 3,5 miliona kg tych owoców prawie za 4 miliony złotych. W czasie sezonu pomarańczowego natężenie pracy w naszej ajenturze jest bardzo duże, gdyż od tego w znacznym stopniu zależy wykorzystanie sezonu na ten towar. W roku ubiegłym dzięki naprawdę ogromnym wysiłkom udało się ajenturze oclić w grudniu i wysłać do kraju pierwszy transport pomarańcz palestyńskich w czasie wprost rekordowym, bo w ciągu trzech dni od nadejścia statku z tym towarem do Gdyni. Importowane przez nas pomarańcze pierwsze poszły do sprzedaży w kraju.



Dla mas spółdzielczych, mniej lub więcej bezradnych indywidualnie a niezadowolonych świadomie z teraźniejszości, z istniejących form współżycia, nie ma innej drogi w przyszłość, jak przez wysiłek społeczny.

B. Siwik

Poważnym artykułem sezonowym są również **śledzie solone.** Można rozróżnić właściwie trzy okresy ich sprowadzania: szkocki we wrześniu, jarmucki w listopadzie i norweski na wiosnę. Podobnie zresztą układa się i sezon handlowy na ten towar, zależny w dużej mierze od postu adwentowego i wielkanocnego. Od kilku lat import śledzi stale u nas wzrasta, a to w miarę powiększania się lojalności spółdzielni i centralizowania zakupów. Import ten wynosił: w 1924 roku 587 tys. kg, w 1935 r. już 1.040 tys. kg, a w 1936 r. 1.300 tys. kg. Według prowizorycznych obliczeń rok 1937 wykaże ilości znacznie większe, bo dochodzące do 2 milionów kg. Dla wyjaśnienia należy nadmienić, że śledzie solone są sprzedawane w beczkach dużych i małych, tzw. półbeczkach, stanowiących właściwą jednostkę sprzedażną w hurcie. Jeżeli chodzi o asortyment śledzi, to ajentura nasza sprowadza obecnie wszystkie znane na rynku polskim gatunki śledzi, od najtańszych do najdroższych, a krajami pochodzenia tych śledzi są Anglia, Szkocja, Holandia, Islandia, Norwegia i Szwecja.

Mówiąc o imporcie spółdzielczym nie można pominąć również surowców, sprowadzanych dla naszych Zakładów Wytwórczych we Włocławku i Kielcach. Są to wszelkiego rodzaju **tłuszcze zwierzęce i roślinne,** niezbędne do wyrobu mydła, wino gronowe na ocet, dalej ziarno i masło kakaowe na czekoladę, olejki eteryczne itp. W roku ubiegłym sprowadziliśmy także większe ilości **śróty soyowej** z Danii celem zaopatrzenia spółdzielni wiejskich w tę doskonałą paszę.

Rozwój naszego importu spółdzielczego jest najlepszym dowodem okrzepnięcia i ogólnego rozwoju gospodarczego Związku „Społem" i spółdzielni w nim zrzeszonych. A. B.

GŁOSY CZYTELNIKÓW

Społeczna rola pracownika spółdzielczego

Jeszcze i dziś niestety spotkać można w sklepie spółdzielczym towary firm obcych tego samego rodzaju, jaki produkują nasze zakłady wytwórcze.

Nieraz jeszcze zdarza się, że przychodzi do sklepu odbiorczyni i prosi np. o proszek do ciasta. Pracownik zamiast bez namysłu podać „Wypiek" zapytuje: „Społem" czy Oetkera? Następnie, ta czy inna odbiorczyni żąda np. herbaty. I tu również powtarza się to samo: „Jakiej Sz. Pani sobie życzy? Mamy Szumilina, z Kopernikiem, Indar, Kiachta", — dopiero na szarym końcu doda — „Mamy również herbatę „Społem". A czasem nawet zupełnie o herbacie „Społem" przemilczy.

Zapytuję: czy takiego pracownika można nazwać uświadomionym pracownikiem spółdzielczym? Chyba nie. Taktyka nasza powinna być inna. Jeżeli posiadamy w sklepie towary obcych firm, to tylko takie, których Związek nie produkuje, lub trzymamy je dla specjalnie upartych odbiorców, których jeszcze dotychczas nie zdołaliśmy przekonać, że artykuły z marką „Społem" są również doskonałe, a w wielu wypadkach przewyższają jakościowo wyroby firm obcych.

Dążeniem naszym powinno być, aby te obce fabrykaty zupełnie z naszych sklepów usunąć. Będąc propagatorami własnej produkcji spółdzielczej, nie możemy być równocześnie pośrednikami wyrobów fabryk obcych, znajdujących się często w rękach wrogiego nam kapitału.

W handlu prywatnym jest pod tym względem znacznie lepiej. Tam obo-

Ruch spółdzielczy nie może zadowolić się rozumnymi kierownikami, w nie mniejszym stopniu wymaga rozumnych członków.
Dr. M. Orsetti

wiązuje prawo wyłączności: przedstawiciel firmy Fuchsa np. nie będzie zalecał wyrobów Wedla, a przedstawiciel Majdego — mydła Adamczewskiego.

Rola pracownika spółdzielczego bardzo się różni od roli pracownika sklepu prywatnego, bo przecież inne są cele spółdzielczości spożywców, a inne handlu prywatnego. Gdy widzimy w pismach liczne reklamy firm prywatnych, zalecające szumnie artykuły nieraz mało wartościowe, lub w większych miastach olbrzymie reklamy świetlne, nie zastanawiamy się nad tym, że za to wszystko płaci nieuświadomiony spożywca, bo przecież koszty tych reklam muszą być wkalkulowane w produkty reklamującej się firmy.

W sklepach spółdzielczych rolę propagatorów spełniać powinniśmy my — pracownicy sklepowi, zaznajamiając odbiorców z wysokowartościowymi wyrobami własnej produkcji. Musimy ich uświadamiać, aby ciężko zapracowane przez nich pieniądze nie szły w obce, często nawet wrogie nam ręce.

Pracownicy sklepowi mogą w ten sposób wydatnie przyczynić się do uniezależnienia świata pracy od kapitału prywatnego. Musimy więc dołożyć wszelkich starań i nie szczędzić trudu i zabiegliwości w propagowaniu artykułów z marką „Społem", dopóty, dopóki każdy członek spółdzielni czy odbiorca, przychodząc do sklepu spółdzielni nie będzie żądał wyłącznie artykułów spółdzielczej produkcji. Odpadnie nam wówczas kwestia konkurencji, gdyż żądane powszechnie towary z marką „Społem" będą mogły być nabywane tylko w sklepach spółdzielczych. Da nam to również zadowolenie spełnionego obowiązku spółdzielczego i bardzo ułatwi pracę.

J.

Co mamy do zrobienia

Po okresie wzmożonego ruchu przedświątecznego należy uporządkować sklep; artykuły wybitnie świąteczne wyprzedać po zniżonej cenie — względnie porozumieć się z zarządem odnośnie zwrotu tych towarów.

Uzupełnić braki w asortymencie po wzmożonej sprzedaży przedświątecznej.

Wykorzystać okres świąt żydowskich i dopilnować, aby sklepy były zaopatrzone dostatecznie w pieczywo i artykuły mączne. (Podczas tych świąt Żydzi tymi artykułami nie handlują).

Z uwagi na zbliżający się okres wiosny i cieplejszych dni zaopatrzyć sklepy w asortyment wyrobów cukierniczych z fabryki „Społem" we Włocławku.

Należy pamiętać, że okres letni jest głównym sezonem na sprzedaż wyrobów cukierniczych i czekolady.

Czas pomyśleć o zaopatrzeniu sklepu w napoje chłodzące — wodę sodową, lemoniadę itp.

Okres wiosny najlepiej się nadaje na odnawianie sklepów; jeżeli gruntowne malowanie nie jest konieczne, przeprowadzić generalny porządek po zimie i uprzątnąć piecyki.

J. Ł.

Czujemy krzywdę ludzi, którym brak tego, co niezbędne do zaspokojenia ich najpierwszych potrzeb, chociaż wszyscy—i my i oni, nasi i ich przodkowie przyczynili się w pewnej mierze do wytworzenia tych wszystkich wartości, które są tylko udziałem niewielu.

Józef Beck

Z książek

Sprzedawcy sklepowi winni się zainteresować trzema opowiadaniami dla młodzieży **Bolesława Piacha**, które wzbogaciły ostatnio literaturę spółdzielczą. Pierwsze z nich pt. **„Dzwonnik Roczdelski“** opisuje powstanie w r. 1844 w miasteczku angielskim Roczdel pierwszej na świecie spółdzielni spożywców. Autor przygląda się zdarzeniom oczyma dziesięcioletniego bohatera opowiadania — małego Boba, biorącego w założeniu spółdzielni czynny udział. Książeczka najodpowiedniejsza jest dla dzieci w wieku 10 — 13 lat, ale może też zainteresować dorosłych spółdzielców, którzy zechcieliby w tej przystępnej formie zapoznać się z początkami naszego ruchu. Dwie inne książki: **„Klub młodych“** i **„Zielony zeszyt“** tworzą jedną całość. Zostało w nich opisane, jak grupa młodzieży po ukończeniu szkoły powszechnej założyła własne stowarzyszenie, którego celem było zorganizowanie pracy zarobkowej dla członków i zbytu jej owoców oraz rozrywek kulturalnych i sportowych. Z „Zielonego zeszytu“ dowiadujemy się o trudnościach, jakie przechodził klub młodych, i o przezwyciężeniu złych wpływów jednego z chłopców — karciarza i zabijaki. Żywy tok opowiadania i barwny styl czynią z powyższych książek bardzo odpowiednią lekturę dla dorastającej młodzieży.

Wszystkie trzy tomiki można nabyć po 50 gr. każdy w Związku Spółdzielni „Społem“.

Z żałobnej karty

W ubiegłym miesiącu zmarł w Jedlni Letniskowej pow. kozienickim długoletni pracownik tamtejszej Spółdzielni „Domu Ludowego“ ś. p.

KAROL BERNATEK

Zmarł w wieku 49 lat na gruźlicę. W ruchu spółdzielczym pracował od 1911 r.; był uczestnikiem pierwszych kursów spółdzielczych w okresie przedwojennym. W 1926 r. przyjechał z Częstochowy do pracy w Spółdzielni Pracowników Wytwórni Broni w Radomiu, skąd w 1933 r. przeszedł do pracy w spółdzielni w Jedlni Letniskowej. Zmarły był z przekonania gorliwym spółdzielcą i wyrobionym społecznie i fachowo pracownikiem. Zostawił dobrą pamięć po sobie i serdeczny żal wśród pracowników okręgu radomskiego.

Redaktorzy: Kazimierz Śliwowski i Józef Łaniewski
Redaktor odpowiedzialny: Kazimierz Śliwowski
Wydaje „SPOŁEM“ Związek Spółdzielni Spożywców Rzpl. Polskiej Warszawa, Grażyny 13, tel. 4-32-45. Konto w Poczt. Kasie Oszczędn. 81.800 (Bank „Społem“)
Wychodzi co miesiąc oprócz wakacji. Prenumerata roczna 1 złoty 50 groszy
Numer pojedyńczy 15 groszy. Nakład 2.500 egzemplarzy.

Rob. Spółdz. Pracy Graf. „DRUKUJEMY“ W-wa, Tel. 601-31.